

Список литературы

1. Алямовская Г. В. Альбом как тип издания / Г. В. Алямовская // Издательское дело : науч.-техн. информ. сб. – М., 1973. – № 1. – С. 12–18.
2. Бобров В. И. Технология изготовления эксклюзивных изданий : учеб. пособие / В. И. Бобров, И. В. Черная. – М. : Издательство МГУП, 2015. – 258 с.
3. ГОСТ 7.60-2003 Издания. Основные виды. Термины и определения. – Введ. 2004–07–01. – М. : Изд-во стандартов, 2004.
4. Мжельская Е. Л. Фоторедактирование : учеб. пособие / Е. Л. Мжельская. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 176 с.
5. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий : учеб. пособие / Е. Л. Мжельская. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 112 с.
6. Мильчин А. Э. Издательский словарь-справочник : справочник / А. Э. Мильчин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ОЛМА-Пресс, 2003. – 560 с.
7. Пономарева Е. Л. Фотоиздания. Теория и методика редакционно-издательской подготовки : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Л. Пономарева. – М., 1999. – 15 с.

С. Е. Сапожникова, А. А. Совцова

Актуальные вопросы презентации летних детских лагерей в виртуальном пространстве

Аннотация: в статье даны основные понятия, касающиеся информационного сайта (ресурса) детского лагеря. Отмечается значимость верной подачи информации (текстовой, графической) на ресурсе для родителя. Утверждается, что сайт должен быть ориентирован не только на постоянного потребителя, но и потенциального.

Ключевые слова: *сайт, детский лагерь, интернет-ресурс, контент.*

Topical issues of summer children's camps presentation in virtual space

Abstract: In the article there are basic concepts due to information site of summer camp. Successful delivery of information(text and graphic) is important for modern parents. Site must be oriented not only towards constant consumer but potential one.

Key words: *site, summer camp, internet resource, content.*

Организация отдыха и досуга детей и подростков является одним из направлений государственной социальной политики в отношении семьи и детства [Левитская, 2012: 11–14]. Важно не просто качественно организовать детский отдых, но и презентовать его так, чтобы родители получили максимально подробную и соответствующую реальности информацию о детском лагере, в котором ребенку будет комфортно, интересно, и где он сможет качественно отдохнуть.

Современное развитие интернет-технологий помогает быстрее и проще найти необходимую информацию в виртуальном пространстве, чем в печатных изданиях (газеты, буклеты и др.). Сперва родители, пытаясь отыскать лагерь, соответствующий их критериям, вводят запрос в поисковые системы, как правило, сужая поиск обозначением географического расположения детского лагеря (например, «детский лагерь в Московской области») и/или специализации («оздоровительный летний лагерь для детей», «спортивные летние детские лагеря в Приморье»).

Наиболее релевантными запросу окажутся ссылки на ресурсы детских лагерей, которые проиндексированы или другим образом учтены поисковыми системами. Под релевантностью в современном маркетинге принято понимать степень соответствия страницы сайта в поисковой выдаче введенному поисковому запросу [Энж, 2014: 302].

Прежде чем определить понятие «интернет-ресурс летнего детского лагеря», попробуем определить, что такое детский лагерь. Одна из формулировок этого понятия содержится в работе исследователя В. Торшина: «Детский лагерь – это место, организованное в природных условиях, обеспеченное специальным оборудованием (стационарным или временным) для проживания (или без проживания) и воспитательной деятельности, способствующее физическому оздоровлению детей и молодежи, обеспечивающее возможность выбирать различные виды деятельности» [Торшин, 2010: 68–72]. Мы видим, что в этом определении емко объединены несколько смысловых составляющих, каждая из которых может быть конкретизирована для определенной организации:

- а) пространственно-территориальная составляющая («место»);
- б) условия (проживание, оборудование, воспитание и др.);
- в) направление деятельности.

Опираясь на данное определение, попытаемся раскрыть суть понятия «интернет-ресурс детского летнего лагеря» следующим образом: это размещенная в виртуальном пространстве информация о соответствующей организации, которая включает следующее.

1. Место в виртуальном пространстве, или *доменное имя*: состоящее из символов имя, служащее для идентификации областей (единиц административной автономии в сети Интернет) в составе вышестоящей по иерархии такой области [Венедюхин, 2009: 7–16].
2. Текстовое и графическое обозначение названия летнего лагеря.
3. *Контент*: представленная в виде текста и фотографий информация о месте расположения детского лагеря, об условиях и направлениях его деятельности, о традициях и истории, служебная информация (контакты и др.). Контент помогает родителям наглядно представить место отдыха ребенка и получить сведения о традициях лагеря, проводимых мероприятиях, интерьере различных помещений и т. д.
4. Оригинальный *дизайн* и удобную для пользователя *навигацию*.

Следует отметить, что в числе первых ссылок по поисковому запросу появляются те, которые занимают наиболее высокие позиции в рейтинге поиско-

вых систем. Так, при введении и активации запроса «детские лагеря в Свердловской области» в поисковой системе «Яндекс» в числе первых в поисковой выдаче были обнаружены ссылки на сайт «Уральские каникулы».

«Уральские каникулы» (доменное имя: уральские-каникулы.рф) – это информационный сайт-каталог, на котором собраны все лагеря Свердловской области, действующие на текущий момент (2017 год). В частности, на нем представлена следующая информация:

- главная страница. В центре Главной страницы на первом экране размещены сменяющие друг друга фотографии, над которыми располагаются семь вкладок: «Главная», «Новости», «Родителям», «Организаторам», «Документы», «Вопросы», «Контакты». На втором экране расположен новостной блок и ряд служебной информации («Вакансии» и др.);

- при клике на вкладки «Родителям», «Организаторам» и «Документы» всплывает окно с подразделами, активировав которые, мы переходим на соответствующие страницы сайта. Интересующий пользователей список лагерей (на ресурсе представлено 73 организации) находится в разделе «Родители», наряду с некоторыми другими. Это не очень удобно, так как именно информация о детских лагерях отдыха является наиболее важной для родителей;

- индивидуальные страницы лагерей содержат основную информацию о детской летней организации, а также отзывы родителей. Информация представлена в виде набора данных: название организации, адрес, описание местоположения организации (и способа добраться до места), площадь детского лагеря (выборочно), период смен, иногда предоставляются сведения об инфраструктуре территории (количество корпусов, спортивных площадок и др.) и педагогическо-развлекательной программе.

По данным портала «Вестник детско-юношеского спорта и туризма», в Свердловской области официально зарегистрировано 92 лагеря [Вестник, режим доступа: <http://tour-vestnik.ru/reestr-detskih-zagorodnyh-lagerey>], что на 19 лагерей больше, чем в интернет-каталоге «Уральские каникулы». Некоторые из них имеют свой информационный сайт, другие – нет.

Покажем на примерах, чем отличается информация о детском лагере, размещенная в интернет-каталоге, от информации специализированного интернет-ресурса детского лагеря. Очевидно, что интернет-каталог дает только краткую информацию, подчиненную логике собственного ресурса, тогда как официальный сайт детского лагеря руководствуется другим принципом: подробная, актуальная информация о детском лагере, которая призвана убедить пользователя в его уникальности и привлекательности для отдыха детей.

В процессе анализа выпадающих интернет-ссылок по запросу «детские лагеря Свердловской области» мы обнаружили всего 16 организаций, которые располагают своим веб-сайтом, и еще пять организаций, представленных в виде веб-страниц. Это значит, что на 92 лагеря, действующих в Свердловской области, только 21 учреждение представлено так или иначе в виртуальном пространстве.

Нами были также проанализированы три детских лагеря всероссийского (международного) масштаба: Международный детский центр «Артек», Всероссий-

ские детские центры «Орленок» и «Океан», а также три лагеря, расположенных в Свердловской области: «Красная горка», «Звездный им. В. Г. Удовенко», «Заря».

Данный анализ показал, что наполненность сайта зависит от масштаба проекта (в нашем случае – учреждения), так как сайты всероссийских лагерей не только более качественно сделаны, но и более информативны. Это те лагеря, которые на слуху не только у детей, но и у родителей, так как становление этих лагерей пришлось на время существования Советского союза. С годами эти лагеря развиваются и получают огромную поддержку государства. В эти лагеря ездят дети, которые имеют различные достижения в учебе или спорте, музыке или танцах и т. п. Сайты этих лагерей очень информативны. Информация о каждом из лагерей полная, грамотно представленная, сайты интуитивно понятны пользователю. Сайты также постоянно обновляются, новости, которые размещаются на них, касаются не только самих лагерей, но и образования в целом.

Сайты лагерей Свердловской области сделаны для тех, кто уже ездил в этот лагерь и без информационного сайта знает всю самую нужную информацию (что нужно взять ребенку, документы, схема проезда). Разработчики сайтов ориентируются на пользователей, знакомых с услугами лагеря, но правильнее всего, чтобы ориентация была и на тех посетителей, которые никогда прежде не были в лагере и не знакомы с ним. Расширение информационного поля сайта приведет к появлению новых пользователей и желающих отдохнуть в лагере.

К разработке веб-сайта для детского лагеря нужно подходить ответственно, так как для ребенка лагерь – это особый мир, где за три недели он знакомится не только с новыми ребятами и заводит новых друзей, здесь он может научиться чему-то новому, открыть в себе новые стороны развивающейся личности. В такой обстановке ребенок становится более самостоятельным, ведь нужно решать различные задачи, касающиеся отряда (небольшой временный коллектив детей) и самого себя лично.

Основная цель детских лагерей – оздоровление детей и подростков, а также содействие образовательному, культурному и духовному развитию личности [Ганьшина, Шляпина, 2016: 25].

Информационные сайты могут предоставить полную информацию о лагере, его профиле и других интересующих родителя вещах. Также подобные сайты могут располагать достаточно большим мультимедийным контентом – видео и фото о лагере, что дает пользователю визуализировать территорию лагеря, не покидая своего дома. Это очень удобно и считается одним из способов позиционирования учреждения как уважающего себя и идущего в ногу со временем. Благодаря таким сайтам будут поддерживаться лагерные движения. Даже самые малоизвестные лагеря могут найти своего ребенка, который будет ездить отдыхать именно в этот лагерь каждое лето.

Список литературы

1. ВДЦ «Океан» – URL: <http://okean.org/> (дата обращения: 23.03.2017 г.).
2. ВДЦ «Орленок» – URL: <http://www.center-orlyonok.ru/> (дата обращения: 23.03.2017 г.).

3. Венедюхин А. А. Доменные войны / А. А. Венедюхин. – СПб. : Питер, 2009. – 224 с.
4. Вестник детско-юношеского спорта и туризма – URL: <http://tour-vestnik.ru/> (дата обращения: 15.03.2017 г.).
5. Ганьшина Г. В. Детские оздоровительные лагеря в России: от истоков к современности / Г. В. Ганьшина, Е. Д. Шляпина // Образование и наука в современных условиях : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 19 нояб. 2015 г.) / редкол. О. В. Грибкова. – Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 25–28.
6. Данилков А. А. Детский оздоровительный лагерь: работа в сфере услуг? / А. А. Данилков // Народное образование, 2010. – № 3. – С. 139–140.
7. Долгих В. Н. Как выбрать детский оздоровительный лагерь? / В. Н. Долгих // Народное образование, 2010. – № 3. – С. 135–138.
8. Заря – URL: <http://zarya66.ru> (дата обращения: 30.03.17 г.).
9. Звездный им. В. Г. Удовенко – URL: <http://звездный.образование-нт.рф/> (дата обращения: 30.03.17 г.).
10. Красная горка – URL: <http://k-gorka.ru/> (дата обращения: 30.03.17 г.).
11. Левитская А. А. Государственная политика в сфере отдыха и оздоровления учащихся / А. А. Левитская // Народное образование, 2012. – № 3. – С. 11–14.
12. МДЦ «Артект» – URL: <http://artek.org/> (дата обращения: 23.03.2017 г.).
13. Никульников А. Н. Детские оздоровительные лагеря в структуре дополнительного образования детей / А. Н. Никульников // Мир науки, культуры, образования, 2012. – № 5. – С. 192–194.
14. Смирнов Г. С. Детские загородные оздоровительные лагеря на Урале в постсоветское время: проблема выживания / Г. С. Смирнов // Социум и власть, 2014. – № 5. – С. 91–95.
15. Торшин В. Н. Детские оздоровительные лагеря / В. Н. Торшин // Народное образование, 2010. – № 3. – С. 68–72.
16. Уральские каникулы – URL: <http://уральские-каникулы.рф/> (дата обращения: 20.03.2017 г.).
17. Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов: Пер. с англ. / Э. Энж, С. Сненсер, Р. Фишкин, Д. Стрикчиола. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : БХВ-Петербург, 2014. – 688 с.

С. Е. Сапожникова, Д. М. Ханова

Издательская составляющая мультипликационных брендов для детей

Аннотация: в статье рассмотрены понятия «мультипликационный» и «бренд», введено новое понятие мультипликационного бренда и его определение. Также перечислены составляющие мультипликационного бренда для детей. В практике же рассмотрена издательская составляющая мультипликационных брендов на примере мультсериалов «Маша и Медведь», «Фиксики», «Смешарики», «Даша-путешественница», «Томас и его друзья», «Ну, погоди!». В данном